



Силабус навчальної дисципліни  
**«ПСИХОЛОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ»**  
 ОПП «Психологія бізнесу»  
 Спеціальність: 053 «Психологія»,  
 Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»

<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський)
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна циклу дисциплін вільного вибору
<b>Курс</b>	1
<b>Семестр</b>	1
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години</b>	4 кредити/120 годин
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	Психологічні технології, що застосовуються у маркетинговій діяльності
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Вивчаються: базові складові та моделі маркетингової діяльності; сучасні підходи маркетингової діяльності; основні методи маркетингових досліджень, психографічних досліджень.
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	Здійснювати пошук, опрацювання та аналіз професійно важливих знань із різних джерел із використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ПРН1); здійснювати аналітичний пошук відповідної до сформульованої проблеми наукової інформації та оцінювати її за критеріями адекватності (ПРН10). Здійснювати адаптацію та модифікацію існуючих наукових підходів і методів до конкретних ситуацій професійної діяльності (ПРН11).
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</b>	Здатність вирішувати складні завдання і проблеми у процесі навчання та професійної діяльності у галузі психології, що передбачає проведення досліджень та здійснення інновацій і характеризується комплексністю та невизначеністю умов і вимог (ІК); здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК1); здатність обирати і застосувати валідні та надійні методи наукового дослідження та доказові методики і техніки практичної діяльності (СК3); здатність дотримуватися у фаховій діяльності норм професійної етики та керуватися загальнолюдськими цінностями (СК9).
<b>Навчальна логістика</b>	<b>Зміст дисципліни:</b> Психологія у маркетинговій діяльності. Соціально-психологічні аспекти сегментування ринку. Психологія споживача та споживчої поведінки. Психологія реклами та моделі впливу реклами на споживача. Психологічні механізми брендінгу. Психологічний інструментарій емпіричних досліджень у маркетингу. <b>Види занять:</b> лекції та практичні заняття, самостійна робота, контрольна домашня робота. <b>Методи навчання:</b> пояснювально-ілюстративний (використання мультимедійних презентацій, схем); робота у малих групах. <b>Форми навчання:</b> заочна.
<b>Пререквізити</b>	«Методологія прикладних досліджень у сфері психології», «Психологічна служба», «Психологічна експертиза в підприємницькій діяльності».
<b>Пореквізити</b>	Знання із цієї дисципліни можуть бути використані при вивченні дисциплін «Організаційна психологія», «Управлінський консалтинг», науково-дослідної практики у сфері психології та при

	написанні кваліфікаційної роботи магістра.
<b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</b>	<p><b>Науково-технічна бібліотека НАУ та репозитарій НТБ НАУ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розробки викладачів кафедри авіаційної психології. URL: <a href="https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/9109">https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/9109</a></li> <li>2. Мельник Є.Ю., Слобоженко Р.А., Мельник П.Ю. Основні тенденції у створенні реклами провідних французьких і британських авіакомпаній та використання її матеріалів у навчанні іноземних мов: матеріали <i>Всесвітнього конгресу «Авіація у XXI столітті» (28-30 вересня 2022 року)</i>. Київ: НАУ, 2022. URL: <a href="https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/56562">https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/56562</a></li> <li>3. Сібрук В.Л., Радченко Г.А., Сібрук А.В. Методологічні аспекти управління розвитком територій на засадах маркетинг-менеджменту. <i>Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development</i>: monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. P. 200-216. URL: <a href="https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/56761">https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/56761</a></li> <li>4. Шевченко А.В., Савченко А.Ю., Квітко Д. Інтегрований підхід до вивчення досвіду споживача. <i>Проблеми системного підходу в економіці</i>: зб. наук. праць. Київ: НАУ, 2021. Вип. № 1(81). С. 105-111. URL: <a href="https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/59231">https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/59231</a></li> <li>5. Шевченко А.В., Стельмашенко О.О., Марчук В.В. Зміни споживчої поведінки в умовах трансформації цифрових маркетингових комунікацій. <i>Проблеми системного підходу в економіці</i>. Київ: НАУ, 2023. Вип. № 1(90). С. 44-53. URL: <a href="https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/59310">https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/59310</a></li> <li>6. Ярмолюк О.Я., Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Теоретико-методологічні аспекти таргетованої реклами як інструменту комплексного інтернет-маркетингу. <i>Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «економічні науки»</i>: зб. наук. праць. Херсон, 2022. Вип. № 46. С. 23-29. URL: <a href="https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/56345">https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/56345</a></li> </ol>
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	Мультимедійна аудиторія кафедри 8.1203 (кабінет з комп'ютером, екраном та проектором для демонстрації медіа-матеріалів).
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	Залік (підсумкова семестрова контрольна робота).
<b>Кафедра</b>	Кафедра авіаційна психологія
<b>Факультет</b>	Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій
<b>Викладач(і)</b>	 <p><b>ПІБ:</b> Лич Оксана Миколаївна  <b>Посада:</b> професор кафедри авіаційної психології  <b>Вчений ступінь:</b> доктор психол. наук  <b>Профайл викладача:</b>  <b>Профіль Google Scholar:</b>  <a href="https://scholar.google.com.ua/citations?hl=ru&amp;user=ri308s4AAAAJ">https://scholar.google.com.ua/citations?hl=ru&amp;user=ri308s4AAAAJ</a>  <b>Профіль ORCID:</b>  <a href="https://orcid.org/0000-0002-0873-3319">https://orcid.org/0000-0002-0873-3319</a>  <b>Профіль ResearchGate:</b>  <a href="https://www.researchgate.net/profile/Oksana_Lych">https://www.researchgate.net/profile/Oksana_Lych</a>  <b>Профіль Publons:</b>  <a href="https://publons.com/researcher/1876470/oksana-m-lych">https://publons.com/researcher/1876470/oksana-m-lych</a>  <b>Профіль на сайті НТБ НАУ:</b>  <a href="http://lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=10615">http://lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=10615</a>  <b>E-mail:</b> <a href="mailto:Oksana.lych@npp.nau.edu.ua">Oksana.lych@npp.nau.edu.ua</a>  <b>Робоче місце:</b> 8.1207</p>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Укладена на основі надбань з галузі маркетингової діяльності та з бізнес психології.
<b>Лінк на дисципліну</b>	<a href="https://apsx.nau.edu.ua/robochi-navchalni-prohramy/">https://apsx.nau.edu.ua/robochi-navchalni-prohramy/</a>